

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alimin, E., et.al., (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat: Seval.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Farida Yulianti, F., & Lamsah, L. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Surabaya: Qiara Media.
- Harmayani, H., et.al., (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Junaedi, I. W. R., et.al., (2022). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Lestari, A. S. (2021). *Proses pengkondisian dan pembelajaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Nuryadi, N., Astuti, T. D., Sri Utami, E., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Yogyakarta: Deepublish.

Sari, D. C., et.al., (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media

Utami, I. W. (2017). *Perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.

Jurnal :

Ardian, N. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. JEpa, 4(2), 119-132.

Arfiani, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Teknologi Informasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Ngawi)* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).

Anshari, H., & Amin, M. J. (2017). *Pengaruh komunikasi organisasi dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai bagian sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur*. Jurnal Administrative Reform, 2(3), 397-409.

Batubara, A., & Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines*. Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 4(1).

Danniswara, H. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Dyatmika, S. W. (2018). *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*. Majalah Ekonomi, 23(1), 124-134.

- Febriyani, N. L. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang*.
- Gunawan, M. S. (2019). *Pengaruh Tingkat Kesehatan Perusahaan Asuransi Terhadap Pertumbuhan Kontribusi Netto Studi Pada 6 Perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia* (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Hartanto, D. (2019). *Pengaruh Kompetensi Guru, Motivasi Belajar, Metode Mengajar Dan Fasilitas Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa (Studi Pada Mi Baitussalam Betiring Kec. Cerme)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.Com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fak.Ekonomi Unisma Angkatan 2013)*.
- Hutagaol, C. D. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan*.
- Immawati, M. M. (2019). *Pengaruh Online Trust terhadap Minat Beli Online di Shopee dengan Persepsi Risiko sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Mahasiswa Aktif S1 Universitas Andalas)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Istanti, F. (2017). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya*.
- Karmila, A. (2020). *Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*.
- Khoirunnisa, K. (2017). *Pengaruh Price, Trust, Perceived of Risk dan E-*

WOM Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-commerce Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop*. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.

Kurniyanti, K. (2021). *Analisis Faktor Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi Yang Mendukung Keputusan Konsumen Memilih Toko Depirtn Sebagai Tempat Belanja* (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).

Lestari, E. D. (2018). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Ritel E-commerce Shopee* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Luluk, N. (2018). *Analisis Strategi Harga Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Dymas Kulit Magetan)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Maria Agatha, W. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2).

Maulana, Y. I., & Salim, A. (2021). *Evaluasi Penggunaan supporting applications for quick data search (SuApQuDaS) Dengan Metode PIECES framework*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 15(1), 13-18.

Mononimbar, R. W. (2017). *Pengaruh pajak daerah dan retribusi daerah terhadap pertumbuhan ekonomi melalui belanja daerah sebagai variabel intervening di kabupaten minahasa selatan (2005-2014)*. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 17(02).

Narko, D., & Udayana, I. B. N. (2017). *Pengaruh trust, store image, dan perceived risk, terhadap purchase intention online shop*. *Manajemen Dewantara*, 1(2), 38-43.

- Nasution, H. F. (2018). *Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEB IAIN Padang sidimpuan)*
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Putra, P. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Putri, I. A., Darwini, S., & Dakwah, M. M. (2019). *Pengaruh Trust Dan Easy of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram*
- Putri, O. S. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko Finansial dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Rachmawati, R. M., Wahyudi, H. D., & Hariri, A. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Pada Transaksi Jual Beli*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21(2), 214–224.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). *Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330.
- Sarawatari, Y. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Risiko, Ekspektasi Return, Behavioral Motivation dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi di Peer to Peer Lending Syariah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta).

- Sari, L. K. (2018). *Pengaruh Modal Usaha, Pengalaman Berwirausaha Dan Daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk UKM Songkok Desa Kroman Kecamatan Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter@Thebodyshopindo)*. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Susanti, E. (2021). *Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Transaksi Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee)*.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). *Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon*. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Victor, Y. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Return dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi* (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).
- Wijaya, M., & Jaspas, F. (2014). *Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping*.
- Wiwid, O. (2018). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan situs traveloka*

(Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).

Yosifa, M. (2016). *Hubungan Antara Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Berbelanja Online Dan Niat Membeli Produk Fashion Pada Wanita Dewasa Awal*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta.

Rujukan Internet :

<https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn> (di akses pada tanggal 23 November 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
(di akses pada tanggal 05 November 2022)

<https://www.en.globalstatistik.com/pengertian-uji-heteroskedastisitas-dan-spss/> (di akses pada tanggal 26 Desember 2022)

<https://surveyheart.com/form/638a48d5600ae334353c92a0> (di akses pada tanggal 03 Desember 2022)

<https://unigres.ac.id/> (di akses pada tanggal 24 Mei 2023)